

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Definisi Istilah.....	11
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	14

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
B. Pengertian Pemasaran.....	18

C. Konsep Inti Pemasaran.....	20
D. Pengertian Strategi.....	22
E. Strategi Pemasaran.....	24
F. Pengertian Marketing Mix.....	26
G. Komponen Bauran Pemasaran.....	32
H. Aspek-aspek penting dalam pelaksanaan strategi.....	41
I. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	43
J. Pengertian Pelanggan atau Konsumen.....	44
K. Jenis-jenis Loyalitas.....	45
L. Tahapan Loyalitas Konsumen.....	47
M. Kerangka berpikir.....	48
N. Hasil penelitian yang relevan.....	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	56
B. Jenis Penelitian.....	57
C. Lokasi Penelitian.....	57
D. Kehadiran Peneliti.....	59
E. Data dan Sumber Data.....	60
F. Teknik Pengumpulan Data.....	62
G. Teknik Analisis Data.....	66
H. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	68
I. Tahap-Tahap Penelitian.....	71

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian.....	74
1. Sejarah PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung.....	74
2. Visi Misi Perusahaan.....	78
3. Lokasi perusahaan.....	78

4. Produk perusahaan.....	78
5. Struktur Organisasi.....	80
6. Tugas bagian produksi.....	82
7. Proses produksi.....	82
B. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan	
Loyalitas Konsumen.....	84
1. Sistem Pemasaran Produk.....	84
2. Cara Meningkatkan Loyalitas Konsumen.....	88
C. Kendala dalam Menerapkan Strategi Pemasaran.....	89
1. Kendala Strategi Pemasaran.....	89
2. Solusi untuk Menghindari Kendala Pemasaran.....	91
D. Hasil Penjualan dari Penerapan Strategi Pemasaran.....	94
1. Hasil Penjualan Produksi.....	94

BAB V PEMBAHASAN

A. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan	
Loyalitas Konsumen.....	98
B. Kendala dalam Menerapkan Strategi Pemasaran.....	100
C. Hasil Penjualan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung.....	102

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN